

Министерство образования и науки РФ
Алтайский государственный университет

М. М. Бутакова

СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Учебное пособие



Барнаул

Издательство
Алтайского государственного
университета
2014

ББК 338.5(075.8)

УДК 65.256я73

Б 93

Рецензенты:

кандидат экономических наук, профессор *О. Н. Соколова*;

доктор экономических наук, профессор *С. Н. Бочаров*

Бутакова, М. М.

Б 93 **Стратегия и тактика ценообразования** [Текст] : учебное пособие / М. М. Бутакова. — Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2014. — 146 с.

ISBN 978-5-7904-1870-9

В пособии описываются процедуры, направленные на основе управленческих решений, связанных с формированием стратегии ценообразования. Изучение теоретических и методических аспектов, выполнение заданий для самостоятельной работы позволит сформировать компетенции магистров, способных разрабатывать эффективную ценовую стратегию организации и адекватные меры ее реализации на практике.

ББК 338.5(075.8)

УДК 65.256я73

*Настоящее издание опубликовано в рамках реализации
Программы стратегического развития
Алтайского государственного университета*

ISBN 978-5-7904-1870-9

© М. М. Бутакова, 2014

© Оформление. Издательство
Алтайского государственного
университета, 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Раздел 1	
ТЕКСТЫ ЛЕКЦИЙ	4
Глава 1. Ценообразование в стратегическом управлении современной организацией	4
1.1. Тенденции развития российского рынка и изменение места ценообразования в стратегическом управлении организацией	4
1.2. Сущность стратегии организации. Базовые понятия стратегического управления	7
1.3. Место стратегии ценообразования в стратегическом управлении организацией	10
1.4. Подходы к определению цены: позиции производителя и потребителя, продавца и покупателя ..	13
1.5. Внутренние и внешние факторы ценообразования	15
Глава 2. Поведение покупателей: использование результатов исследований в ценообразовании	23
2.1. Эволюция взглядов на мотивы поведения покупателей .	23
2.2. Экономическая ценность товара: сущность, последовательность расчетов	24
2.3. Концепция эластичности спроса по цене в количественной оценке поведения покупателей	28
2.4. Факторы, влияющие на восприятие ценности товара и эластичность спроса по цене	32
Глава 3. Финансовый анализ в принятии стратегических и тактических решений о цене товара	38
3.1. Классификация затрат для целей ценообразования	38
3.2. Анализ безубыточности решений при изменении цен и затрат	41
3.3. Систематизация рыночных ситуаций. Построение карты и графика безубыточности	47

3.4. Анализ безубыточности решений при продаже взаимозаменяемых и взаимодополняющих товаров	51
Глава 4. Регулирование цен и формирование стратегии ценообразования	52
4.1. Цели и методы государственного регулирования цен ...	52
4.2. Нормативно-правовая база государственного регулирования цен и ценообразования в Российской Федерации	53
4.3. Способы государственного регулирования цен	56
4.4. Ценообразование в сфере закупок товаров и услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.....	59
4.5. Трансфертное ценообразование	65
4.6. Саморегулирование, сорегулирование и общественное регулирование цен	70
Глава 5. Базовые стратегии ценообразования: проблема выбора.....	73
5.1. Обзор стратегий конкурентного ценообразования	73
5.2. Обзор стратегий дифференцированного ценообразования	77
5.3. Стратегия ценообразования и жизненный цикл товара.	81
Глава 6. Тактические приемы ценообразования	86
6.1. Сущность и виды тактических приемов ценообразования	86
6.2. Виды скидок. Условия эффективного применения	88
6.3. Психологические приемы тактики ценообразования....	93
Раздел 2	
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ	95
Глава 1. Вопросы промежуточного контроля знаний студентов	95
Глава 2. Вопросы семинарских занятий, задания для самостоятельной работы и текущего контроля знаний.....	96
Тема 1. Ценообразование в стратегическом управлении современной организацией.....	96
Тема 2. Поведение покупателей: использование результатов исследований в ценообразовании	102

Тема 3. Финансовый анализ в принятии стратегических и тактических решений о цене товара.....	107
Тема 4. Регулирование цен и формирование стратегии ценообразования	110
Тема 5. Базовые стратегии ценообразования: проблема выбора	110
Тема 6. Тактические приемы ценообразования.....	118
Заключение	122
Библиографический список.....	123
Приложения	127

Учебное издание

Бутакова М. М.

**СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ**

Учебное пособие

Редактор С. И. Тесленко
Подготовка оригинал-макета,
оформление обложки: О. В. Майер

Издательская лицензия ЛР 020261 от 14.01.1997.
Подписано в печать 26.02.2015.
Формат 60x84/16. Бумага офсетная. Печать трафаретная.
Усл.-печ. л. 8,6. Тираж 100 экз. Заказ 75.

Типография Алтайского государственного университета
656049 Барнаул, ул. Димитрова, 66